

## ФИЛОЛОГИЯ И ЛИНГВИСТИКА

*Архипова Людмила Сергеевна*

ассистент

ФГАОУ ВПО «Национальный исследовательский

ядерный университет «МИФИ»

г. Москва

### **ЭВФЕМИЗМЫ КАК СПОСОБ ОТРАЖЕНИЯ ПРИНЦИПОВ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОРРЕКТНОСТИ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ РОССИИ, ВЕЛИКОБРИТАНИИ И США**

*Аннотация:* цель данной статьи – проиллюстрировать роль эвфемизмов в актуализации принципов политической корректности. Материалом для анализа послужили в основном Интернет-версии ведущих российских, британских и американских СМИ. В качестве предварительного вывода проведенного исследования автор предлагает тематическую классификацию эвфемизмов, которая демонстрирует как общие тенденции в способах и приемах выражения политкорректности, так и различия в конкретном языковом ее воплощении, в частности – широком применении феномена эвфемизации.

*Ключевые слова:* политическая корректность, эвфемизмы, СМИ, лукизм, глобализация, межкультурная коммуникация.

Политическая корректность является культурным, социальным и политическим феноменом, нашедшим свое отражение в языке. Язык же, по меткому замечанию С.Г. Тер-Минасовой, в свою очередь, играет важную роль в формировании личности, и его практическое использование отражает культурные особенности, мировоззрение и менталитет его носителей [1, с. 165–168].

Неудивительно, что в языке средств массовой информации принципы политической корректности нашли наибольшее отражение по сравнению с другими типами дискурса. В любой развитой стране мира средства массовой информации играют заметную роль и выполняют ряд функций, важнейшей из которых, как

отмечает И.Р. Гальперин, является формирование общественного мнения по поводу того или иного события или явления с помощью различных языковых средств [2, с. 287]. Следует отметить, что принципы политической корректности используются в различных видах СМИ (печатные издания, Интернет, радио, телевидение и др.) и на различных уровнях языка (фонетическом, морфологическом, лексическом, синтаксическом), однако наиболее показательным является лексический уровень языка, а использование эвфемизмов, согласно приведенному в данной статье исследованию, представляется самым частотным их проявлением.

На настоящий момент не существует единого мнения по вопросу места и времени зарождения феномена политической корректности. Согласно наиболее распространенной точке зрения [1, с. 277], она появилась в США и вскоре затронула и другие англоязычные страны, главным образом, Великобританию. Однако в ходе процесса глобализации и массового использования сети Интернет, способствовавших созданию единого мирового информационного пространства, принципы политической корректности нашли отражение и в других языках, например, в русском языке.

Нами были выборочно проанализированы Интернет-версии ведущей американской газеты «The New York Times» и популярной британской газеты «The Sunday Times», статьи Интернет-сайта известной британской медиакорпорации «Би-би-си» ([www.bbc.co.uk](http://www.bbc.co.uk)), а также материалы Интернет-сайтов независимого российского информационного агентства «Интерфакс» ([www.interfax.ru](http://www.interfax.ru)), одного из ведущих российских Интернет-изданий «Lenta.ru» ([lenta.ru](http://lenta.ru)) и российского агентства международной информации «РИА Новости» ([ria.ru](http://ria.ru)) за 2002–2013 гг. В некоторых случаях также использовались печатные версии вышеупомянутых газет. В ходе исследования было обнаружено, что на данный момент и в США, и в Великобритании, и в России принципы политической корректности применяются весьма широко.

В известной книге «Unmentionables: From Family Jewels to Friendly Fire, What We Say Instead of What We Mean» Ральф Киз замечает, что любое слово,

перед которым в речи говорящего возникает пауза, является потенциальным кандидатом на замену эвфемизмом, так как основная функция эвфемизмов – позволить людям обсуждать «скользкие» темы без необходимости называть сам предмет и, как следствие, сделать беседу более комфортной и снять напряжение между участниками диалога [3, с. 1–5]. Далее автор отмечает, что со временем эвфемизмы превратились в инструмент торговли и политики [3, с. 12], так как, технически являясь синонимом к слову или словосочетанию, которое они заменяют, эвфемизмы способны сгладить реальное положение вещей и представить любое событие или явление в более выгодном свете. Так как эвфемизмы и тематические области их применения со временем меняются [3, с. 10–11], данная статья фокусируется именно на них, чтобы показать озабоченность жителей определенных стран, а именно России, США и Великобритании, конкретными темами в данный конкретный период времени. Исследование показывает, что, несмотря на культурные, социальные и политические различия между тремя странами, тематические области, требующие эвфемизации, пересекаются, однако количественное распределение изученного набора примеров (по 50 на каждую из трех стран) по тематическим областям несколько различается.

Так, общими для всех темами являются война, здоровье, деньги и преступность. Можно предположить, что эти проблемы являются общими для США, Великобритании и России и не имеют универсального решения, а также вызывают особый интерес общественности и, как следствие, требуют деликатного освещения в СМИ.

В США наиболее подверженными эвфемизации темами оказались национальность и расовая принадлежность (*racial and language minority citizens, minorities, persons of colour, ethnic cleansing, to bring more racial balance, ethnically driven violence, African-American, black people*) (22%), здоровье (*mentally disabled, brain disorder, able-bodied person, psychiatric problems, health issues, excessive alcohol consumption*) (18%), деньги (*wealthy households, low-income households, turbulent conditions, to bring economic pain, hard times, economic sour note, to face the unwell-*

come prospect, to be underfunded) и война (intrusive military action, «advise and assist» troops, to pull out combat forces, early-deploying Army units, aggressive tactics, concentration camps, civilian casualties) (по 14%). Интересно, что США, как и Россия, являются многонациональным государством, однако тема национальности и расовой принадлежности в России с точки зрения политкорректности почти не затронута. Это можно объяснить с помощью различий менталитета россиян и американцев: в России, в отличие от США, большинство людей гордятся своей национальностью и стараются сохранить национальную культуру и обычаи, в то время как американская культура стремится к унификации. Специфической для США темой является внешность (large, big (= fat)) (2%). Для обозначения дискриминации по внешнему виду существует специальный термин – «лукизм» (lookism) или «луксизм» (looksism) [4]. Хотя эвфемизация этой области носит сугубо частный характер, она, тем не менее, отражает современный американский стереотип: если человек хочет быть успешным, он должен обладать определенными внешними данными. В России же люди не так озабочены своим внешним видом, поэтому специальных эвфемизмов для этой области не требуется.

В Великобритании наиболее актуальными с точки зрения применения принципов политической корректности темами являются здоровье (obesity, to be overweight, weight problem, eating disorder, risky sexual practice, to suffer from a «depressive episode», mental health problems, condition (= disease), with disabilities/disabled, visually impaired, cancer survival, to be fatal) (32%), война (to re-establish control, air power, special forces, to stabilize the situation, to secure vital staging areas, military action, to maintain the training facilities, sensitive border, conflict, to isolate and eliminate the leadership, casualties, terror incident) (18%) и деньги (downturn in the economy, to offer value for money, to place a cap on the costs, to bring social and economic benefits, to receive secret payments) (12%). Специфическими для страны темами являются половая принадлежность (10%) (female student, female appointments, female participant, stay-at-home mother, home-maker, domestic chief executive officer, same-sex marriage) и внутренняя политика государства (to exacerbate homeless levels, to be unlikely to meet the pledge, to stand no chance of keeping the

promise, to be overly complicated, not to be underestimated) (10%). Эвфемизация половой принадлежности зачастую связана с названиями различных занятий и профессий, а также со стереотипами, указывающими на различие социальных ролей мужчин и женщин. Это объясняется тем, что в настоящее время движение феминизма переживает второе рождение и оказывает значительное влияние на язык (особенно ярко это проявляется в англоязычных странах). В России же феминизм на данный момент не оказывает такого значительного влияния на страну в целом, так как не затрагивает (или затрагивает в незначительной степени) отдельные регионы страны с принятым там традиционным патриархальным укладом. Что касается внутренней политики, главная цель эвфемизации – как можно тщательнее завуалировать последствия неправильного управления как государством в целом, так и отдельными его территориями. Можно сделать вывод, что граждане Великобритании принимают активное участие в политической жизни страны и освещение событий «без прикрас» потенциально может вызвать возмущение общественности.

В российских СМИ наиболее подверженными эвфемизации темами оказались преступность и нарушение общественного порядка (негативные последствия, преступный авторитет, закрывать глаза на ситуацию, вождение автомобиля в состоянии опьянения / в нетрезвом виде, находиться / содержаться под стражей, лишение свободы, претензии следственными или иными органами, небрежное отношение к собственной жизни, деятельность, направленная против национальных интересов, открыть огонь, совершение серии разбойных нападений, полуобнаженный, неприличный жест) (38%), война (агрессия, агрессор, наступательная операция, столкновения, конфликт, уничтожить, ликвидировать, казнь (= убийство), стать жертвой обстрелов, траурные мероприятия) (22%) и работа и трудоустройство (освободить от должности, вывести из системы, признать деятельность неудовлетворительной, не отвечающий требованиям) (8%). Специфическими для России являются тема сексуальных отношений (материалы для взрослых, интимные встречи) (4%), работы и трудоустройства (8%) и международных отношений (похолодание в отношениях, обсуждать исключительно

в негативной манере) (4%). Очевидно, тема работы и трудоустройства (нехватки рабочих мест, безработицы, сокращения и увольнения) является не только одной из самых распространенных с точки зрения применения принципов политкорректности, но и специфической для данной конкретной страны. Можно предположить, что эта проблема является одной из наиболее остро стоящих на данный момент и требует немедленного решения. Что касается сексуальных отношений, то в России эта тема традиционно является одной из наиболее табуированных. Отчасти это можно объяснить господством коммунистической идеологии на территории Советского Союза, что не могло не оказать заметного влияния на советские, а затем и российские СМИ. Западный же мир относится к этой теме не так щепетильно, как это принято в России.

Итак, мы можем сделать предварительный вывод, что области эвфемизации отражают не только менталитет, культуру и современные тенденции в обществе, но отчасти и историю той или иной страны. Кроме того, политическая корректность обогащает язык новыми лексическими единицами и культивирует в носителях того или иного языка вежливость и толерантность как основу межкультурной коммуникации. Последнее особенно актуально для таких многонациональных государств, как Россия и США. Но поскольку политическая корректность не только отражает развитие современного общества, но и является инструментом формирования общественного мнения, она может способствовать сокрытию реального положения вещей в мире или конкретной стране и влиять на настроения людей в зависимости от текущей политической и экономической ситуации.

### *Список литературы*

1. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. – 3-е издание. – М.: Изд-во МГУ, 2008. – 352 с.
2. Гальперин И.Р. Стилистика английского языка / И.Р. Гальперин. – М.: Либроком, 2010, 2014. – 336 с.
3. Keys R. Unmentionables: From Family Jewels to Friendly Fire, What We Say Instead of What We Mean / R. Keys. – John Murray, 2011. – 352 с.

4. Looksism and the law // The Economist. – 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.economist.com/blogs/democracyinamerica/2010/05/appearance\\_discrimination](http://www.economist.com/blogs/democracyinamerica/2010/05/appearance_discrimination) (дата обращения – 08.06.2015.)